

Rozdział 2

GOSPODARSTWA DOMOWE JAKO PODMIOT FINANSÓW OSOBISTYCH

Róża Milic-Czerniak

Gospodarstwa domowe odgrywają podstawową rolę ekonomiczną w triadzie podmiotów gospodarczych, a więc obok przedsiębiorstwa i państwa (gospodarki narodowej)¹. Traktowane są one coraz częściej jako centralny podmiot gospodarki – z ich punktu widzenia powinny być podejmowane decyzje w pozostałych dwóch podmiotach. Znaczenie tego mikro podmiotu z punktu widzenia makroekonomii wzrosło po ostatnim kryzysie finansowym. Podejście takie coraz częściej artykułuje w swoich pracach Unia Europejska. Podstawowym priorytetem Strategii UE 2020 stało się bowiem przywrócenie solidnego, stabilnego i zdrowego sektora finansowego, zdolnego do finansowania gospodarki realnej, a jednym z gwarantów tego uzdrowienia są konsumenci², już nawet nie jako partnerzy lecz wręcz „umieszczeni w sercu” tego rynku³.

¹ Bywalec Cz., *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, PWN, Warszawa 2012, s. 13.

² EUROPA 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:-FIN:EN:PDF>, dostęp: 10.11.2014.

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 254/2014 z dnia 26 lutego 2014 r. w sprawie wieloletniego programu na rzecz konsumentów na lata 2014–2020 oraz uchylające decyzję nr 1926/2006/WE. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.084.01.-0042.01.POL

2.1. Gospodarstwo domowe – istota i znaczenie

Gospodarstwo domowe uważane jest za najstarszą, najliczniejszą i najważniejszą jednostkę gospodarczą. Jest nim jedna lub kilka osób, które mieszkają razem, łączą swoje przychody (wspólnota majątkowa i finansowa) i pracę oraz podejmują decyzje ekonomiczne dotyczące m.in. spożycia, oszczędności oraz świadczonej pracy. Celem wykonywanych prac oraz podejmowanych decyzji w ramach gospodarstwa domowego jest zaspokajanie potrzeb jego członków, jak i zagwarantowanie im jak najlepszego poziomu i jakości życia.

Cechą specyficzną gospodarstwa domowego jest funkcjonowanie zarówno w sferze spożycia, jak i dla spożycia. Oznacza to, iż podstawowym jego celem jest zaspokajanie potrzeb jego członków poprzez korzystanie zarówno z usług i produktów rynkowych, jak i społecznych (wsparcie państwa) oraz również wykonywanych we własnym zakresie (prosumpcja⁴). Prawidłowa i efektywna realizacja tego celu uzależniona jest od ścisłej kooperacji pozostałych dwóch podmiotów – dostarczania odpowiedniej jakości produktów i usług przez przedsiębiorstwa oraz zakresu, warunków i jakości usług, z których mogą korzystać w ramach świadczeń społecznych. Zaspokajanie potrzeb finansowych odbywa się przy tym wyłącznie za pośrednictwem rynku.

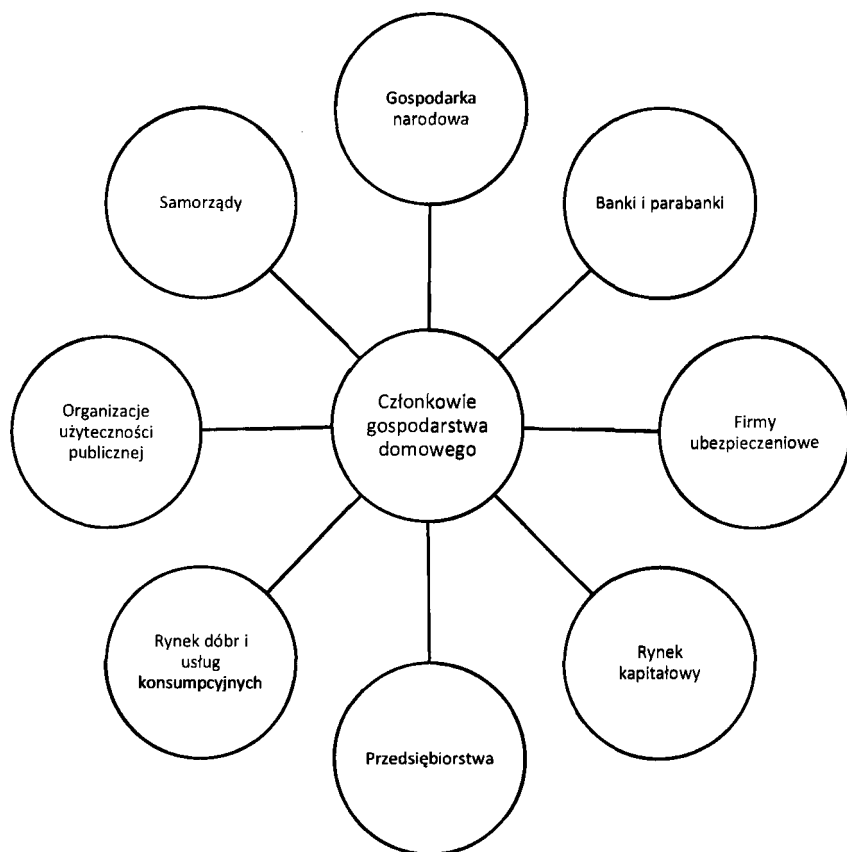
Gospodarstwo domowe stanowi niezwykle wszechstronną mikrojednostkę gospodarującą, gdyż by zrealizować swój cel wytwarza i gromadzi dochody, dzieli je na różne cele, produkuje dobra, świadczy usługi, gromadzi i zarządza majątkiem. Wskazuje to na ogromną złożoność ekonomicznych funkcji gospodarstwa domowego. Dodatkowo w gospodarstwach rodzinnych realizowane są społeczne funkcje wychowawczo-opiekuńcze. Funkcje te realizowane są niejednokrotnie także przez gospodarstwa domowe jednoosobowe na rzecz „dużej rodziny”, a więc spokrewnionych gospodarstw domowych. Można tutaj przypomnieć sformułowanie A. Hodoly’ego sprzed prawie pół wieku: „na gospodarkę domową składa się z jednej strony szeroko rozumiana organizacja spożycia (planowanie, podejmowanie decyzji, zaopatrzenie, realizacja prac domowych, dysponowanie zasobami itd.), a z drugiej – faktyczna konsumpcja”⁵. Wynika stąd, że gospodarstwo domowe, jako podmiot gospodarujący, tworzą członkowie wraz z zasobami czasu, wiedzy, umiejętności i pieniędzy oraz dóbr materialnych. Można tylko dodać, iż po prawie pół wieku od powyższych stwierdzeń, a szczególnie po okresie transformacji zwiększyło się w gospodarstwie domowym zapotrzebowanie na wiedzę i umiejętności w tempie niespotykanym wcześniej.

⁴ Słowo pochodzi z połączenia dwóch słów: produkcji oraz konsumpcji. Toffler A., *Trzecia fala*, PIW, Warszawa 1986, s. 309.

⁵ Hodoly A., *Gospodarstwo domowe i jego rola społeczno-ekonomiczna*, KiW, Warszawa 1971, s. 20.

Znaczenie gospodarstw domowych wynika z kilku istotnych faktów, a przede wszystkim z zakresu powiązań z innymi podmiotami gospodarczymi, ich liczby, skali wydatków i majątku oraz skali prosumpcji. To członkowie gospodarstw domowych zasilają siłą roboczą każdy podmiot gospodarczy, to oni stanowią największą część kosztów działalności tychże podmiotów i to oni są głównymi klientami i odbiorcami tychże produktów i usług. Powiązania te i wzajemne sprzężenia nie zawsze są w pełni dostrzegane. Pracownicy nie zawsze dostrzegają, iż są odbiorcami wytwarzanych przez siebie produktów i usług. Pracodawcy wszystkich wyodrębnionych podmiotów gospodarczych (rysunek 2.1.) nie zawsze dostrzegają, iż koszty osobowe to jednocześnie siła nabywcza niezbędna na zakup ich produktów, a także środki konieczne w procesie regeneracji siły roboczej ich pracowników. Najczęściej powiązania typu płaca – praca przypisuje się tylko relacjom gospodarstwo domowe – przedsiębiorstwo.

Rysunek 2.1. Gospodarstwo domowe i jego otoczenie ekonomiczne



Źródło: opracowanie własne.

Na otoczenie ekonomiczne gospodarstwa domowego składają się zatem wszystkie podmioty gospodarcze, które:

- 1) dostarczają do gospodarstw domowych dochody, czy to z tytułu korzystania z siły roboczej członków gospodarstw domowych (płace i inne świadczenia), czy też z tytułu zdobytych uprawnień do różnego rodzaju świadczeń (emerytalnych, rentowych, chorobowych, itd.), stanowiące główne źródło decyzji finansowych;
- 2) dostarczają produkty oraz usługi, zaspokajające potrzeby członków gospodarstw domowych, które ujmowane są w strukturze ich wydatków. Są to zatem nie tylko wydatki na artykuły i usługi konsumpcyjne, ale także niektóre podatki oraz różnego typu opłaty.

Liczba i struktura gospodarstw domowych

W Polsce w 2011 roku funkcjonowało 13,6 mln gospodarstw domowych. Ich liczba (na podstawie danych ze spisów powszechnych) w ciągu lat 1970–2011 zwiększyła się o prawie połowę (z 9,4 mln), podczas gdy liczba członków gospodarstw domowych wzrosła tylko o 1/5 (z 31,7 mln w 1970 roku do 38,3 mln w roku 2011)⁶. Gospodarstw domowych jest zatem ponad pięciokrotnie więcej niż najbardziej licznych podmiotów gospodarczych – mikroprzedsiębiorstw działających aktywnie, których zidentyfikowano w 2013 roku 2,4 mln (w oparciu o płatności podatku dochodowego)⁷.

Gospodarstwa domowe są coraz mniej liczebne. Przeciętna liczba osób w gospodarstwie domowym spadła z 3,39 do 2,82 osób w latach 1970–2011. Działo się tak głównie za sprawą wzrostu gospodarstw najmniej licznych (jedno- i dwuosobowych) oraz jednego rodzica z dziećmi (głównie matki z dziećmi), podobnie jak i gospodarstw małżeństw bez dzieci (tabela 2.1.).

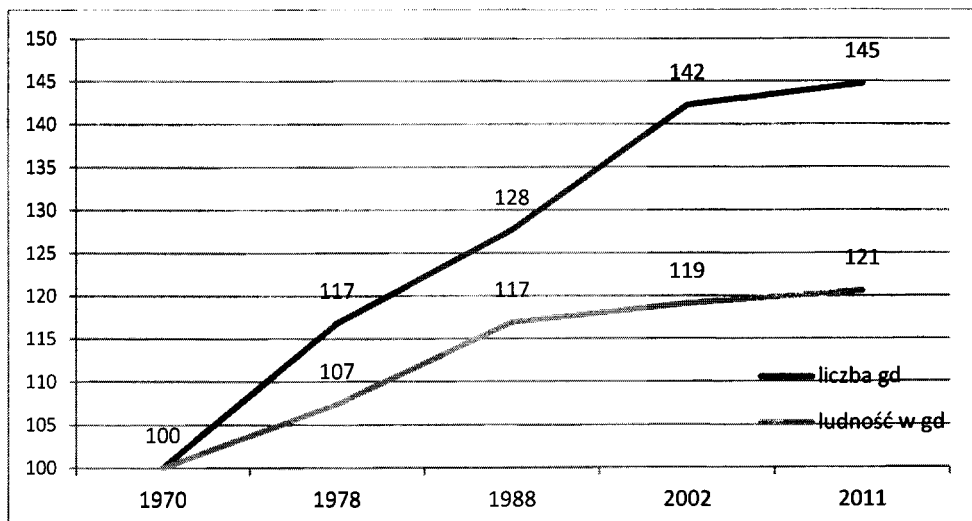
Przybywa także gospodarstw o charakterze nierodzinnym – ich udział w gospodarstwach domowych wzrósł w omawianym okresie z 13% do 19%. Najszybciej wzrastała przy tym liczba gospodarstw niepełnych rodzin (głównie samotnej matki z dziećmi) oraz jednoosobowych. W prawie co drugim gospodarstwie domowym (42%, podczas gdy w 1970 roku w 28%) wszystkie decyzje spoczywają zatem na barkach jednej osoby dorosłej, niejednokrotnie obciążonej dodatkowo samodzielnie spełnianymi obowiązkami wychowawczo-opiekuńczymi wobec młodego pokolenia. Oznacza to nie tylko przeciążenie decyzyjne, ale również mniejsze możliwości aktualizowania wiedzy i umiejętności w zakresie zarządzania finansami

⁶ *Gospodarstwa domowe i rodziny. Charakterystyka demograficzna. NSP Ludności i Mieszkań 2011*, GUS, Warszawa 2014.

⁷ Siudaj M., *W Polsce funkcjonuje 2,36 mln mikroprzedsiębiorstw*, „Private Banking” 1/2015, nr LXXXVIII. Tax Care oszacował liczbę aktywnych małych firm na podstawie danych resortu finansów dotyczących rozliczeń podatkowych.

osobistymi przy szybko rozszerzającej się oraz zmieniającej się ofercie skomplikowanych produktów i usług finansowych.

Wykres 2.1. Dynamika liczby gospodarstw domowych oraz ludności w latach 1970–2011 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Gospodarstwa domowe i rodziny...*, op. cit.

Tabela 2.1. Wybrane charakterystyki gospodarstw domowych w Polsce w latach 1970–2011

Wyszczególnienie	1970	1978	1988	2002	2011	Zmiana 2011/1970 (%)
Liczba gospodarstw domowych w mln	9,4	10,9	12,0	13,3	13,6	145
Przeciętna l. osób w GD	3,39	3,11	3,10	2,84	2,82	83
Udział GD 1-osobowych	16,1	17,4	18,3	24,8	24,0	150
Udział GD 2-osobowych	18,8	21,7	22,3	23,2	25,7	137
Udział rodzin w GD ogółem	87,4	85,1	85,4	78,4	80,9	93
Udział małżeństw bez dzieci w rodzinach	20,5	22,3	22,8	22,7	24,6	120
Udział rodzica z dziećmi w rodzinach	12,7	13,4	15,4	19,4	22,8	180

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Gospodarstwa domowe i rodziny. Charakterystyka demograficzna. NSP Ludności i Mieszkań 2011*, GUS, Warszawa 2014, s. 72.

W omawianym okresie nastąpiły zatem istotne zmiany nie tylko w liczbie gospodarstw domowych, lecz także w strukturze tych najstarszych podmiotów gospodarczych. O problemach prowadzenia gospodarstwa domowego pisał bowiem już ok. 432–353 p.n.e. uczeń Sokratesa (Ksenofont z Aten) w „Księdze o gospodarstwie” (Oikonomikos)⁸.

Wydatki i majątek gospodarstw domowych

W 2014 gospodarstwa domowe zarządzały kwotą 950 mld zł, a pojedyncze gospodarstwo domowe dysponowało przeciętnie kwotą 73,6 tys. zł. W 2015 roku prognozowana kwota wydatków zbliży się jeszcze bardziej do 1 bln zł, gdyż według szacunków GfK wyniesie ponad 997 mld zł. Pomimo to siła nabywcza przeciętnego Polaka była w 2014 roku nadal o ponad połowę mniejsza od siły nabywczej przeciętnego Europejczyka (stanowiła 45,5%). Nieco wyższa jest ta relacja liczona dla przeciętnego gospodarstwa domowego w Polsce, gdyż w 2014 roku wyniosła 50,7%, czyli polskie gospodarstwo domowe osiągnęło połowę siły nabywczej przeciętnego europejskiego gospodarstwa domowego⁹. Najwyższą relację osiągają polskie gospodarstwa domowe w przypadku PKB na 1 osobę, gdyż w roku 2013 osiągnęła ona już poziom 70% przeciętnego PKB przypadającego na 1 osobę UE28, podczas gdy w 2000 roku wynosiła 49% (bezwzględne wartości PKB na 1 osobę w Polsce wynosiły odpowiednio 10,6 tys. dol. oraz 23,7 tys. dol.)¹⁰.

Dotychczasowy i przewidywany wzrost wydatków gospodarstw domowych oznacza coraz częstsze podejmowanie decyzji o korzystaniu z usług związanych z regulowaniem płatności (w formie gotówkowej oraz bezgotówkowej) za coraz pojemniejszy i urozmaicony koszyk nabywanych dóbr i usług, w tym także usług finansowych (np. ubezpieczeniowych).

Ponadto gospodarstwa domowe w Polsce zarządzają coraz zasobniejszym majątkiem. W roku 2014 ich majątek brutto oszacowano na ponad 3 bln zł, a majątek netto (bez zobowiązań) na prawie 2,8 bln zł (odpowiednio 1,0 bln dol. oraz 840 mld dol.)¹¹. Majątek ten był więc prawie dwukrotnie większy (o 80%) od PKB oraz dwukrotnie większy niż aktywa sektora bankowego (1,5 bln zł).

Tendencje te oznaczają, iż coraz liczniejsza grupa gospodarstw domowych zarządza coraz wyższymi dochodami bieżącymi oraz coraz zasobniejszym majątkiem finansowym i niefinansowym, współtworzoną także dzięki korzystaniu

⁸ Bywalec Cz., *Ekonomika i finanse...*, op. cit., s. 13.

⁹ Rośnie siła nabywcza Polaków. <http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/rosnie-sila-nabywacza-polakow,109603.html>, dostęp: 12.01.2015

¹⁰ OECD (2015), *Gross domestic product (GDP) (indicator)* (dostęp: 20.01.2015).

¹¹ *Global Wealth Databook*. Credit Suisse Research Institute, October 2014, www.international-adviser.com/.../Credit-Suisse-Global-Wealth-Databook.pdf.

z szybko wzrastających kredytów i pożyczek. Ekonomiczny cel gospodarstwa domowego, którym jest optymalizacja decyzji w tym finansowych, które pobudzają dążenia do maksymalizacji dochodu poprzez zaangażowanie zasobów rzeczowych (materialnych), finansowych (bieżące dochody, oszczędności, kredyty) oraz zasobów niematerialnych (kapitał ludzki – wiedza, umiejętności, zasoby informacji) – generuje z jednej strony potrzebę korzystania z coraz szerszego wachlarza produktów finansowych, a z drugiej strony konieczność dysponowania odpowiednią wiedzą i umiejętnościami finansowymi i ekonomicznymi niezbędnymi w efektywnym zarządzaniu wzrastającymi dochodami i zasobami gospodarstw domowych.

2.2. Potrzeby i pragnienia finansowe gospodarstw domowych

Potrzeba określana jest najczęściej jako wszelkie wymagania organizmu, wrodzone lub nabyte, wywołujące poczucie braku czegoś i zmuszające do działania. Potrzeby finansowe mają charakter potrzeb nabytych, wynikających z rozwoju gospodarki rynkowej oraz z uczynienia z pieniądza powszechnego środka wymiany. Źródłem potrzeb finansowych może być nawet przymus. Jeszcze na początku tego wieku (2002) co trzeci respondent twierdził, iż do korzystania z usług bankowych, a głównie założenia rachunku bankowego, nakłonił go pracodawca, który zaprzestał wypłacania pensji w formie gotówkowej¹².

Pieniądz jest powszechnie akceptowanym towarem, za pomocą którego dokonujemy płatności (w formie gotówkowej, bezgotówkowej, elektronicznej) lub wywiązujemy się z zobowiązań. Podkreślić należy, iż pieniądz – spełniając funkcję zgeneralizowanego środka wymiany, dzięki któremu można nabyć wiele innych atrakcyjnych artykułów, spełnić swoje i innych marzenia – nie może być traktowany na równi z innymi towarami. Pieniądz sam jest rzeczą niezwykłą. Krueger wręcz stwierdza: „pieniądz jest prawdopodobnie najbardziej emocjonalnie nasyconym obiektem, tylko pożywienie i seks mogą z nim konkurować, gdy chodzi o wywoływanie tak silnych i zróżnicowanych namiętności, znaczeń oraz dążeń¹³.

Szczególny charakter potrzeb finansowych podpowiada, iż bardziej adekwatne jest stosowanie określenia pragnienia, którymi są formy, jakie przyjmują ludzkie potrzeby, ukształtowane przez kulturę i indywidualne cechy osobowości. Pragnienia można opisać w kategoriach rzeczy /produktów/ i usług, które zaspokajają

¹² Smyczek S., Sowa I., *Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje*, Difin, Warszawa 2005, s. 232.

¹³ Krueger D.W. (red.), *The last taboo: Money as a symbol and reality in psychotherapy and psychoanalysis*, Brunner/Mazel, New York 1986, s. 20.

potrzeby¹⁴. Produktem z kolei jest wszystko to, co można zaoferować na rynku w celu zwrócenia uwagi, nabycia, użytkowania lub konsumpcji i co jest w stanie zaspokoić potrzebę lub pragnienie. Może to być przedmiot, usługa, osoba, miejsce, organizacja lub idea. W przypadku zaspokajania potrzeb finansowych będzie to zestaw wszystkich produktów i usług finansowych oferowanych zarówno przez instytucje finansowe jak i parabanki.

Wachlarz potrzeb finansowych gospodarstw domowych ulega zmianom, niemniej można wyodrębnić następujące potrzeby oraz odpowiadające im przykłady produktów, w tym zakresie:

- dostępu do środków finansowych – zaspokajane poprzez korzystanie z kas w oddziałach, bankomatów, kart płatniczych, bankowości elektronicznej,
- transferu środków finansowych – związane z rozrachunkową funkcją pieniądza; są zaspokajane poprzez korzystanie z takich produktów, jak polecenie przelewu, polecenie zapłaty, zlecenie stałe, przelewy zagraniczne itp.,
- zabezpieczenia majątku, środków finansowych (fizycznego oraz przed ryzykiem) – skrytki sejfowe, ochrona mienia, ubezpieczenia,
- inwestowania zaoszczędzonych środków – tworzenie buforów bezpieczeństwa na różne sytuacje życiowe oraz chęć pomnażania zgromadzonego majątku,
- korzystania z obcych środków finansowych – wynikające z bieżących deficytów w budżecie domowym lub też z zamiaru zakupu kapitałochłonnego poprzez korzystanie z pożyczek, kredytów, kart kredytowych,
- optymalizacji podatkowej – doradztwo podatkowe,
- doradztwa finansowego jako efekt coraz bardziej zróżnicowanej i skomplikowanej oferty produktów finansowych oraz konieczności korzystania z nich (wealthmanagement, private banking).

Patrząc na potrzeby finansowe z punktu widzenia hierarchii potrzeb A.H. Masłowa, można powiedzieć, iż nie pomijają one żadnego z jej szczebli.

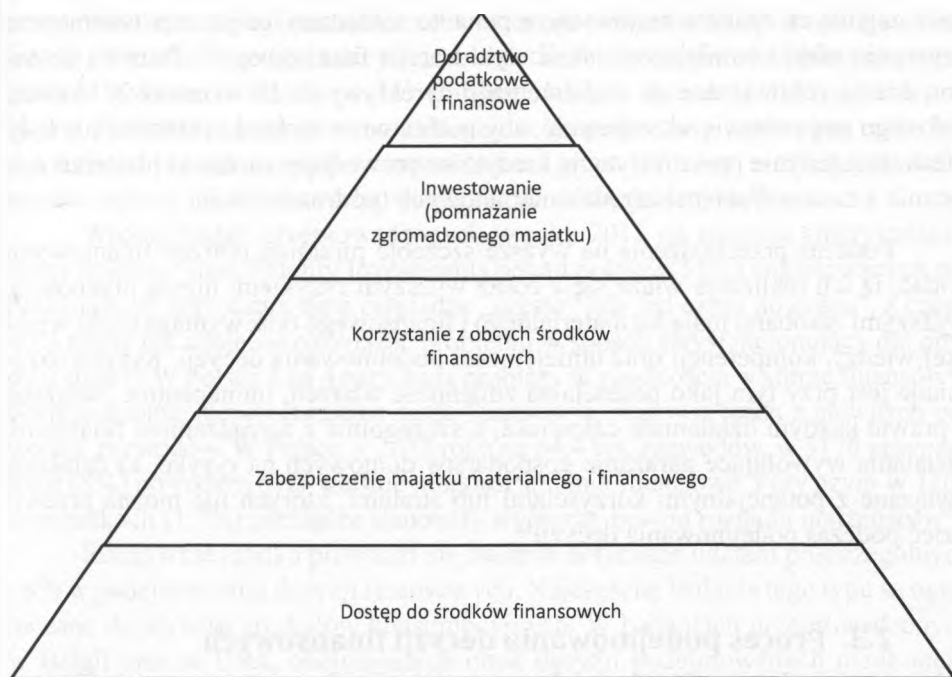
- potrzeby fizjologiczne – są nimi potrzeby dostępu do środków płatniczych, umożliwiających zakup odpowiednich produktów i usług,
- potrzeby bezpieczeństwa – obejmują także w coraz większym stopniu bezpieczeństwo ekonomiczne realizacji potrzeb na odpowiednim poziomie oraz zabezpieczenie majątku,
- potrzeby przynależności i miłości – środki finansowe oraz majątek są gwarantem przynależności do określonej grupy ekonomicznej oraz pozwalają na realizację aspiracyjnej zmiany grupy,
- potrzeby szacunku i uznania – osiągnięty w uczciwy sposób odpowiedni status materialny znajduje wyraz w społecznym szacunku i uznaniu oraz samozadowoleniu,

¹⁴ Kotler Ph., *Marketing*, Felberg SJA, Warszawa 1999, s. 6.

- potrzeby samorealizacji – dysponowanie określonym majątkiem jest gwarantem wolności ekonomicznej, umożliwiającym realizację pasji i talentów.

Ujmując wymienione potrzeby finansowe w piramidę potrzeb Masłowa (rysunek 2.2), należy na jej najniższym szczeblu umieścić dostęp do środków finansowych i wykorzystywanie w tym celu podstawowych produktów bankowych, takich jak rachunek bieżący i możliwość dokonywania płatności bezgotówkowych. Cechą szczególną tych usług jest ich bezpośrednia komplementarność z nabywaniem innych dóbr i usług. Płaci się zawsze za coś.

Rysunek 2.2. Hierarchia potrzeb finansowych gospodarstw domowych



Źródło: opracowanie własne.

Brak dostępu do tych podstawowych usług bankowych określany jest mianem wykluczenia finansowego. Komisja Europejska wykluczenie finansowe definiuje wręcz jako proces, w którym konsumenci doświadczają problemów z dostępem i/lub korzystaniem z produktów i usług finansowych na głównym rynku (mainstream market), odpowiadających ich potrzebom i umożliwiającących uczestnictwo w życiu społecznym¹⁵.

¹⁵ *Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion*, European Commission, Brussels, May 2008, www.fininc.eu, dostęp: 11.09.2014.

Posiadanie dostępu do rachunku bankowego jest bardzo istotne ponieważ w niektórych krajach europejskich (m.in. w Wielkiej Brytanii, Szwecji i Norwegii) tylko niewielki odsetek transakcji jest przeprowadzany z użyciem gotówki (np. w Norwegii zaledwie 5%). Norwegia może już w roku 2020 dołączyć do krajów, w których nie używa się gotówki. Korzystanie z rachunku osobistego i jego podstawowych usług (płatniczych) staje się nieodzowną koniecznością¹⁶.

Komisja Europejska, by m.in. zapewnić wszystkim konsumentom dostęp do podstawowego rachunku, realizującego funkcje płatnicze, wprowadziła nową dyrektywę dla rynku finansowego. W procesie legislacyjnym uznano zapewnienie realizacji tego prawa za kluczowe dla zwiększenia poziomu europejskiej integracji poszczególnych rynków krajowych, a ponadto zakładano, co jeszcze istotniejsze, uzyskanie efektu zmniejszenia skali wykluczenia finansowego¹⁷. Państwa członkowskie są zobowiązane do implementacji dyrektywy do 18 września 2016 roku, a do tego mają obowiązek zapewnić, aby podstawowe rachunki płatnicze nie były oferowane jedynie przez instytucje kredytowe prowadzące rachunki płatnicze wyłącznie z zastosowaniem narzędzi internetowych (podrozdz. 11.3).

Podczas przechodzenia na wyższe szczeble piramidy potrzeb finansowych widać, iż ich realizacja wiąże się z coraz wyższym ryzykiem, niższą płynnością, wyższymi zasobami majątku materialnego i finansowego oraz wymaga coraz większej wiedzy, kompetencji oraz umiejętności podejmowania decyzji. Ryzyko rozumiane jest przy tym jako potencjalna zmienność zdarzeń, immanentnie związana z prawie każdym działaniem człowieka, a szczególnie z zarządzaniem finansami. Działania wywołujące narażanie gospodarstw domowych na ryzyko, to działania związane z potencjalnymi korzyściami lub stratami, których nie można przewidzieć podczas podejmowania decyzji¹⁸.

2.3. Proces podejmowania decyzji finansowych w gospodarstwie domowym

Mikro podmiot gospodarczy, jakim jest gospodarstwo domowe, nie jest jednakże podmiotem najmniejszym, gdyż jest nim osoba, członek gospodarstwa

¹⁶ *Norwegia: za sześć lat kraj bez gotówki*, www.bankier.pl dostęp: 24.09.2014.

¹⁷ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/92/UE z dnia 23 lipca 2014 r. w sprawie porównywalności opłat związanych z rachunkami płatniczymi, przenoszenia rachunku płatniczego oraz dostępu do podstawowego rachunku płatniczego. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32014L0092>, dostęp: 2.09.2014

¹⁸ Williams Jr. C.A., Smith M.L., Young P.C., *Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia*, PWN, Warszawa 2002, s. 28.

domowego, stąd podnosi się problem badań na poziomie mikro-mikro, szczególnie istotny w analizach związanych z podejmowaniem decyzji, itd. Pomiedzy tymi podmiotami zachodzą ściśle relacje, ale nie są to jednakże kategorie synonimiczne. Zgodność i rozbieżności pomiędzy tymi podmiotami przejawiają się w badaniach preferencji, które mogą mieć charakter synkretyczny (gdy są wyrazem preferencji więcej niż jednej osoby), dominujący (gdy przeważają preferencje jednej osoby), bądź autonomiczny (gdy są wyrazem preferencji jednej osoby, co występuje zawsze w gospodarstwach jednoosobowych, a także przy wyraźnym podziale obszarów decydowania pomiędzy członków gospodarstwa domowego).

Podejmowanie decyzji (postanowienia, rozstrzygnięcia) także i w gospodarstwie domowym polega na wyborze określonego działania ze zbioru działań możliwych. Warunkiem podjęcia decyzji jest istnienie zbioru możliwości będących przedmiotem wyboru, a więc produktów, usług, działań, sposobów rozwiązania problemu. Podmiotem podejmowania decyzji w gospodarstwie domowym może być jedna osoba (np. głowa gospodarstwa) lub też grupa osób (np. mąż i żona), dokonująca wyboru i ponosząca odpowiedzialność za swoją decyzję¹⁹.

Według badań przeprowadzonych w roku 2013 na zlecenie amerykańskiej firmy inwestycyjnej Fidelity Investments ponad połowa (51%) ankietowanych par przyznała, że sprzeczą się o pieniądze „często” lub „od czasu do czasu”, z czego 40% nigdy nie udaje się rozwiązać problemu w sposób satysfakcjonujący dla obydwu stron²⁰. W Polsce 3 na 4 pary mają problem ze zgodnością w sferze finansów²¹. Niejednokrotnie nieporozumienia na tle finansowym stanowią jeden z głównych powodów rozwodów. W Polsce w 2012 roku na 64,4 tys. rozwodów, w 5176 przypadkach (8%) powodem były właśnie nieporozumienia finansowe. Przy czym w 1100 przypadkach (1,7%) pieniądze stanowiły wyłączny powód rozpadu małżeństwa²².

Relatywnie rzadko prowadzi się badania dotyczące udziału poszczególnych osób w podejmowaniu decyzji finansowych. Najczęściej badania tego typu są ograniczane do wyboru artykułów konsumpcyjnych. W badaniach przeprowadzonych w Belgii oraz w USA, obejmujących obok decyzji podejmowanych przez męża i żonę w zakresie artykułów i usług konsumpcyjnych, uwzględniono także ubezpieczenia na życie i inne oraz cele oszczędzania. Wyraźnie zaznaczyła się dominacja męża w podejmowaniu decyzji o ubezpieczeniach. Decyzje dotyczące celów oszczędzania były najczęściej wyrazem preferencji autonomicznych (z przewagą jednak dominującego wpływu męża), a więc każdy z małżonków decydował o tym,

¹⁹ Milic-Czerniak R., *Potrzeby i preferencje jako elementy wzorów spożycia w gospodarstwach domowych*, „Zeszyty Naukowe AE w Katowicach” 1/1978, s. 139–162.

²⁰ Nie pozwólcie, by podzieliły was pieniądze, www.bankier.pl, dostęp: 31.07.2014.

²¹ <https://www.polskieradio.pl/146/2781/Artykul/780927,Kredyt-hipoteczny-laczy-nas-bar-dziej-niz-malzenstwo>, dostęp: 13.10.2015.

²² *Rocznik Statystyczny 2014*, GUS, Warszawa 2015.

na co oszczędza. Żadna usługa finansowa nie znalazła się natomiast w polu decyzji synkretycznych, a więc podejmowanych wspólnie w rodzinie²³.

Kobiety jednakże w niektórych krajach aktywnie uczestniczą w podejmowaniu decyzji finansowych. W Japonii powstał w pierwszym dziesięcioleciu tego wieku nawet termin „japońskie gospodynie domowe” (*Japanese Housewives* lub *Mrs. Watanabes, homemaker-traders*), znany w świecie wymiany walut, gdyż wtedy przy niskich stopach procentowych (~0%) japońskie gospodynie domowe, by podnieść zyski swoich portfeli inwestycyjnych, masowo handlowały walutami. Ich wpływ na rynek walutowy był na tyle istotny, iż Bank Japonii, stwierdził oficjalnie, iż działalność tradingowa pozwoliła ustabilizować rynki walutowe przez skłonność gospodyń domowych do nabywania walut przy najniższych cenach, a ich sprzedaży podczas wzrostów. Korzystały przy tym z transakcji on-line oraz dźwigni finansowej (od 20 do 100)²⁴.

W kontekście usług finansowych nie wspomina się także o udziale dzieci w podejmowaniu decyzji, chociaż mają one niebagatelny wpływ na podejmowanie decyzji zakupu artykułów konsumpcyjnych. Pokazały to m.in. wyniki badania przeprowadzonego w 2013 roku, w którym niemal wszyscy respondenci uznali, że zdanie dzieci jest uwzględniane przez rodziców podczas zakupów, a 3/4 z nich przyznało, iż ten wpływ jest wręcz za duży lub średni. Niewielu respondentów (4%) stwierdziło, że dzieci nie mają żadnego wpływu na wybór produktów dla rodziny. Dzieci mają przy tym największy wpływ, co zrozumiałe, na wybór tych produktów, z których same będą później korzystać (zabawki, słodczyce). Rodzice sugerują się jednak także ich zdaniem podczas urządzania mieszkania (przy wyborze mebli (42%), koloru ścian (41%)), a także przy wyborze samego mieszkania (20%) oraz samochodu (17%). Im starsze dziecko, tym silniejszy jest jego wpływ na decyzje zakupowe rodziców. Starsze dzieci mają bowiem często, zdaniem respondentów, znacznie szerszą wiedzę niż rodzice o najnowszych produktach na rynku, głównie takich jak telefony, sprzęt RTV czy komputerowy²⁵. Dzieci mają zatem wpływ na decyzje rodziców dotyczące majątku niefinansowego, chociaż najprawdopodobniej nie obejmuje on środków finansowych wydatkowanych na ten cel.

W procesie decyzyjnym gospodarstw domowych istotne znaczenie odgrywają źródła informacji o nabywanych produktach i usługach. W przypadku artykułów i usług konsumpcyjnych źródłami tymi są najczęściej rodzina i znajomi (78%)

²³ Garbarski L., *Zachowania nabywców*, PWE, Warszawa 1998.

²⁴ Japanese Housewives, <http://www.investopedia.com/terms/j/japanese-housewives.asp#ixzz3imgTLqzM>

²⁵ Badanie zostało przeprowadzone przez Polski Program Jakość Obsługi w maju 2013 metodą CAWI na próbie 1830 dorosłych respondentów. Pełny raport z badania dostępny jest na stronie jakoscobslugi.pl.

i prawie równie często internet (74%), a znacznie rzadziej sprzedawca (31%) oraz reklama (26%)²⁶.

W badaniach dotyczących źródeł informacji wykorzystywanych przy decyzjach podejmowanych przy korzystaniu z produktów oszczędnościowych można zauważyć pewne odstępstwo w porównaniu ze źródłami informacji, do których sięgają respondenci podczas decyzji zakupu produktów niefinansowych. Rodzina i znajomi wymieniani są na bardziej odległych pozycjach, a na pierwszych pozycjach znajduje się:

- 1) internet (75%),
- 2) pracownicy banków (57%),
- 3) materiały dostępne w placówce (35%),
- 4) podręczniki, czasopisma fachowe (33%),
- 5) rodzina i znajomi (31%),
- 6) reklama – tv, radio, prasa (25%).

Zaobserwować można zatem istotny wpływ źródeł formalnych na podejmowanie decyzji finansowych, a głównie pracowników instytucji finansowych. W jeszcze większym stopniu z porad pracowników instytucji finansowych korzystają osoby starsze (60+), gdyż prawie 80%, przy znacznie rzadszym zaglądaniu w tym celu do internetu (prawie co drugi respondent w tej grupie wiekowej)²⁷.

Pracownicy banku stanowią również główne źródło informacji przy podejmowaniu decyzji finansowych w niektórych grupach zawodowych, jak np. wśród medyków (61%, a internet 57%). Dla informatyków, co zrozumiałe, główne źródło informacji stanowi internet (85%), a pracownicy banku plasują się na drugiej pozycji (51%). Pozostałe źródła informacji, takie jak artykuły prasowe oraz ulotki i informacje z instytucji finansowych, a także artykuły prasowe, znajdują się na dalszych pozycjach. Stosunkowo często wskazywane są przez nich nawet reklamy, jako źródło informacji o produktach finansowych²⁸.

Usługi finansowe stanowią również relatywnie rzadko przedmiot rekomendacji znajomych. Najczęściej polecane są nowości spożywcze (70%), kosmetyki (67%) oraz sprzęt elektroniczny (61%). Usługi finansowe rekomenduje znajomym tylko niespełna co drugi respondent (43%). Najrzadziej polecane jest jedzenie dla dzieci (28%)²⁹. Można zatem zaryzykować stwierdzenie, iż usługi finansowe

²⁶ Badanie zrealizowane zostało w listopadzie 2012 roku metodą CAWI na reprezentatywnej próbie ponad tysiąca respondentów powyżej 15. roku życia. Polacy skorzy do rekomendacji – wyniki badań. <http://www.marketing-news.pl/message.php?art=36974>, dostęp 22.01.2015.

²⁷ Wójcik E., *Konkurencja na rynku oszczędności w Polsce*, CeDeWu, Warszawa 2014, s. 236–237.

²⁸ Iwanicz-Drozdowska M. (red.), *Edukacja i świadomość finansowa*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011, s. 145–211.

²⁹ *Polacy skorzy do rekomendacji...*, op. cit.

postrzegane są jako usługi o charakterze osobistym, o których nie rozmawia się zbyt często na forum znajomych. Ponadto bardziej wierzy się w kompetencje pracowników banku niż znajomych i rodziny w tym zakresie.

Fakt, iż członkowie gospodarstw domowych coraz częściej korzystają z informacji o usługach finansowych dostępnych w źródłach formalnych (internet, pracownicy banku, materiały informacyjne w bankach, a nawet reklamy), obliguje do chronienia ich przed nierzetelną i nieuczciwą informacją. Stąd pilnego znaczenia nabiera wdrożenie wspomnianej już dyrektywy, która zobowiązuje również do wprowadzenia jednolitego, obowiązującego we wszystkich bankach unijnych, wzoru tabeli opłat za konto, a także niezależnej porównywarki produktów finansowych³⁰.

W poszczególnych krajach przyjęto bardzo różne rozwiązania związane z wprowadzaniem słownika podstawowych, szczególnie trudnych pojęć usług bankowych. Są one opracowywane przez narodowe banki (Austria, Belgia, Francja, Niemcy) lub też przez związki banków (Luksemburg, Szwecja) oraz przez instytucje nadzoru bankowego (Financial Conduct Authority) – Wielka Brytania, Malta.

W USA został opracowywany przez amerykańskie forum biznesowe EDMC³¹ również nowy standard FIBO (Financial Industry Business Ontology), będący słownikiem pojęć występujących w sektorze finansowym. Umożliwi on standaryzację raportowania i monitorowania rynku bankowego oraz ułatwi klientom podejmowanie decyzji w coraz trudniejszych warunkach dokonywania racjonalnych wyborów, a także ułatwi wprowadzenie internetowych porównywarek ofert bankowych³².

Niezależne listy i porównywarki prowizji pobieranych przez banki w Luksemburgu są natomiast efektem pracy stowarzyszenia konsumentów, a w Belgii Ministerstwa Ochrony Konsumentów. W Danii Związek Banków Duńskich rekomendował swoim członkom już w 2005 roku przesyłanie informacji o pobieranych prowizjach w ujednoliconej formie. W Niemczech narzędzie do porównywania prowizji jest oparte na danych spełniających wymagania ratingu Stiftung Warentest (organizacja konsumencka działająca od 1964 roku). We Francji i Wielkiej Brytanii listy prowizji zostały uzgodnione w sektorze bankowym, lecz są zarządzane i monitorowane przez nadzór bankowy. Bardzo szeroko zagadnienie to potraktował nadzór finansowy w Estonii, który utworzył dla konsumentów bankowych stronę internetową „Moje pieniądze”, na której dostępny jest słownik, kilka tablic porównawczych (rachunki bankowe, karty kredytowe itd.), kalkulatory (budżet itd.),

³⁰ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/92/UE z dnia 23 lipca 2014 r. w sprawie porównywalności opłat..., op. cit.

³¹ Należą do niego m.in. największe światowe banki: Bank of America, Deutsche Bank, Bank of Tokyo – Mitsubishi UFJ, HSBC, a także międzynarodowe firmy consultingowe: Ernst & Young, Deloitte.

³² *Nowy standard szansą na większą transparentność branży finansowej*, www.bankier.pl, dostęp: 23.12.2013.

narzędzia edukacyjne (np. test wiedzy finansowej), informacja finansowa oraz wyniki badań ankietowych konsumentów dotyczące korzystania z produktów finansowych, a także opinia o przejrzystości prowizji³³.

W Polsce konsumenci mogą korzystać z wielu porównywarek w internecie (np. Comperii, Totalmoney, Finansowysupermarket). Informacje w nich podawane nie są jednak ani ujednolicone, ani też obiektywne, lecz wręcz przeciwnie – opracowujące je firmy są nastawione na zysk i często podają sprzeczne dane, nie dysponują wszystkimi ofertami, promują oferty rekomendowane, a nawet w przypadku kredytów nie wszystkie podają cenę uwzględniającą RRSO. Do tego niektóre porównywarki, przed skorzystaniem z ich informacji, wymuszają podanie danych osobowych konsumentów³⁴. Porównywarki te raczej dezinformują a nie informują, nie stanowią zatem wsparcia decyzyjnego dla gospodarstw domowych w podejmowaniu trudnych decyzji o zaciągnięciu kredytu czy ulokowaniu oszczędności.

2.4. Edukacja i świadomość finansowa w zarządzaniu finansami osobistymi

Wykształcenie świadomości finansowej (*financial literacy*) jest pochodną edukacji finansowej oraz wiedzy ekonomicznej. Edukację finansową można określić jako proces budowania kompetencji finansowych (wiedzy, umiejętności i odpowiedzialności finansowej), wśród których najistotniejsza jest umiejętność stosowania wiedzy finansowej w praktyce poprzez podejmowanie właściwych decyzji (34%), jak również przewidywanie ich następstw (17%), tudzież zrozumienie i przestrzeganie prostych instrukcji (23%)³⁵.

Zdobywanie wiedzy finansowej, jak i ekonomicznej powinno odbywać się od najwcześniejszych lat edukacji (od szkoły podstawowej) po lata najpóźniejsze (uniwersytety trzeciego wieku). Gospodarstwa domowe w zakresie swojej działalności zdane były przede wszystkim na zasoby wiedzy i umiejętności przekazywane z pokolenia na pokolenie przez swoich członków. Wiedza i umiejętności członków gospodarstw domowych miały zatem głównie charakter nieformalny, jak i częściowo formalny (wspomagane były edukacją na różnym poziomie kształcenia).

³³ Market study of the current state of play in Member States regarding initiatives in bank fee transparency and comparability in personal current bank accounts. European Commission Health and Consumers Directorate – General. Final Report, January 2012 http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/1912012_market_study_en.pdf

³⁴ Samcik M., *Dziesięć grzechów porównywarek*, „Gazeta Wyborcza” z 29.01.2015.

³⁵ Solarz J.K., *Poznawcze i instytucjonalne bariery przedsiębiorczości w Polsce, referat na konferencji: Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Katowice, 19 czerwca 2007.

Międzypokoleniowe uczenie się w ramach rodziny, czy szerzej gospodarstwa domowego, szczególnie wielopokoleniowego, było zawsze zjawiskiem naturalnym, a przez to wszechobecnym, a jednocześnie niezauważalnym, społecznie „niewidzialnym”³⁶. Występowało i występuje w większości sytuacji społecznych (takich jak chociażby wychowanie czy socjalizacja) oraz ekonomicznych (prowadzenie gospodarstwa domowego). Ten model edukacji gospodarstw domowych oparty na międzypokoleniowym uczeniu się, zmienił się radykalnie wraz z pojawieniem się nowych technologii oraz konieczności korzystania z coraz szerszego wachlarza usług finansowych w okresie transformacji.

W przypadku nowych technologii, np. związanych z informatyką, członkowie gospodarstw braki wiedzy mogą uzupełniać, poza oczywiście samokształceniem, uczestnictwem w różnorodnych kursach oraz wiedzą nabywaną przez najmłodszych w szkołach. Nastąpiło odwrócenie międzypokoleniowej edukacji – najmłodsi zaczęli edukować starszych członków gospodarstw domowych. Procesowi temu nie sprzyjają jednakże coraz mniej liczne gospodarstwa domowe, coraz więcej gospodarstw jednoosobowych oraz gospodarstw jednego rodzica (najczęściej matki) wychowującego samotnie dzieci, a więc coraz rzadszy kontakt starszego pokolenia z młodszymi.

W przypadku gwałtownie rozwijającego się rynku usług finansowych w latach 90. ubiegłego wieku zaznaczył się natomiast brak wiedzy oraz możliwości edukacji w każdym pokoleniu – powstała międzypokoleniowa luka edukacyjna, której po dzień dzisiejszy nie wypełniła edukacja formalna. Ocena inicjatyw w zakresie edukacji finansowej w wybranych krajach OECD wypada na niekorzyść Polski (poza kształceniem w zakresie finansów osobistych w szkołach ponadgimnazjalnych)³⁷.

Tworzące się w okresie transformacji w Polsce pierwsze pokolenie korzystających z coraz szerszej gamy usług finansowych skazane było przede wszystkim na wiedzę pracowników instytucji finansowych (np. przy zakładaniu pierwszego w życiu rachunku osobistego, zaciąganiu kredytu czy zakupie ubezpieczenia). Banki delegowały niejednokrotnie swoich pracowników do zakładów pracy, które rezygnowały z obsługi kasowej wypłat pensji i zachęcały swoich pracowników do otwarcia pierwszego w życiu rachunku osobistego. Pracownicy banku przekazywali podstawową wiedzę o tym, jak korzystać z takiego rachunku i jakie są z nim związane dodatkowe usługi.

Jest to mało efektywne nawet przy biernym korzystaniu z podstawowych usług finansowych, gdyż pozbawia korzystających możliwości wyboru oferty najkorzyst-

³⁶ Muszyński M. (red.), *Międzypokoleniowe uczenie się*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2014.

³⁷ Iwanicz-Drozdowska M., *Produkty finansowe i edukacja finansowa w Polsce na tle wybranych krajów wysoko rozwiniętych, Raport z badań*, Kolegium Zarządzania i Finansów, Katedra Ubezpieczeń Gospodarczych, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2009, s. 168.

niejszej oraz wyboru usług najlepszych dla danego gospodarstwa domowego. Ponadto skazuje korzystającego na wiedzę i uczciwość pracownika usługi finansowej.

Społeczeństwo polskie posiada, jak wskazują różne badania w tym zakresie, niską wiedzę. Nie zna podstawowych pojęć ekonomicznych (np. progów podatkowych), jak i tych bardziej zaawansowanych (nie orientuje się w możliwościach oszczędzania i pomnażania swojego kapitału). W badaniach umiejętności dokonywania obliczeń (*numeracy skills*), obejmujących udzielenie właściwej odpowiedzi na 3 pytania (wskazanie właściwego oprocentowania depozytów, korzystniejszego rabatu oraz obliczenia raty kredytowej), Polska znalazła się na 17. pozycji wśród 27 krajów UE. Tylko bowiem niespełna co drugi respondent udzielił właściwej odpowiedzi (42%), w porównaniu z 74% Holendrów, 66% Duńczyków, 62% Niemców, 54% Czechów, a nawet 44% Bułgarów³⁸.

Inne badania pokazują również, iż znaczna część Polaków ma kłopoty z dokonywaniem podstawowych obliczeń – mniej niż połowa dorosłych Polaków wie, że tak samo oprocentowana w skali roku lokata z miesięczną kapitalizacją odsetek jest korzystniejsza od lokaty z kapitalizacją roczną. Podobnie tylko co drugi Polak ma świadomość tego, że limit na koncie, pozwalający wypłacać pieniądze nawet wtedy, gdy ich nie ma, może być oprocentowany. Jedynie co piąty Polak wie, iż po wejściu w wyższy próg podatkowy zmienia się sposób obliczania podatku dla części, a nie całego dochodu.

Polacy nie są też przygotowani do świadomego dysponowania własnymi pieniędzmi, gdyż aż 27% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym uważa, że trzymanie pieniędzy w domu jest najbezpieczniejszym sposobem oszczędzania. Ogólnie nieco ponad połowa Polaków wie, który z wymienionych w ankiecie sposobów oszczędzania jest najbezpieczniejszy (rachunek oszczędnościowy).

Wiedza o kredytach jest większa, co zrozumiałe, wśród osób, które, go zaciągnęły, niż wśród tych, które kredytu nie mają, jednakże i tak prawie połowie z nich brakuje podstawowych informacji na ten temat. Relatywnie wysoki odsetek respondentów (52%) właściwie ocenia ryzyko kredytów w obcych walutach – wiedzą, iż są wprawdzie bardziej ryzykowne, ale mogą być bardziej opłacalne niż kredyty złotówkowe. Część tej wiedzy jest wiedzą nabywaną empirycznie, część zaś dotyczy obszarów, które były w ostatnim czasie bardzo szeroko omawiane i analizowane przez media (kredyty w obcych walutach)³⁹.

³⁸ *Consumer empowerment. Special Eurobarometer*, Report April 2011, KE, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/report_eurobarometer_342_en.pdf.

³⁹ Raport Instytutu Wolności i Banku Raiffeisen Polbank, który został opracowany na podstawie badań przeprowadzonych przez Millward Brown techniką CAPI in home na 1000-osobowej losowej próbie reprezentatywnej dla ogółu ludności Polski w wieku 15–75 lat w styczniu 2014 roku. Polacy mają kłopoty z liczeniem własnych pieniędzy. www.bankier.pl, dostęp: 24.07.2014.

Używając rozróżnienia wprowadzonego przez S. Flejterskiego, możemy zatem mówić nadal o płytkiej świadomości finansowej społeczeństwa polskiego, będącej rezultatem „rejestracji przez mózg obrazów i haseł” docierających od innych członków społeczności oraz z mediów. Adekwatną świadomością w zarządzaniu finansami osobistymi jest natomiast świadomość głęboka, będąca rezultatem długiego i złożonego procesu edukacji formalnej⁴⁰. Kształtowanie głębokiej świadomości finansowej wymaga wprowadzenia do programów szkół na różnym poziomie odpowiednich przedmiotów. W opracowaniach Komisji Europejskiej podkreśla się, iż edukacja finansowa powinna być postrzegana jako proces ciągły, dostosowany do zmieniającego się rynku usług finansowych, gdyż tylko wtedy będzie wspierała podejmowanie świadomych decyzji finansowych przez konsumentów i czyniła z nich partnerów wobec pracowników instytucji świadczących usługi finansowe⁴¹. Partnerstwa takiego instytucje finansowe wręcz oczekują, gdyż klient, który ma wiedzę ekonomiczną, stwarza mniejsze ryzyko dla banku, a świadome poruszanie się Polaków w świecie finansów zwiększa wzajemne zaufanie i powoduje, że instytucje finansowe bardziej dbają o jakość usług, by sprostać wyższym wymaganiom lepiej wyedukowanego klienta⁴². Umiejętnościom finansowym sprzyjają zajęcia z matematyki czy przedsiębiorczości.

W niektórych krajach powołano niezależne instytuty, zajmujące się m.in. koordynacją edukowania osób w różnych grupach wiekowych, przygotowywaniem programów edukacji na różnych poziomach edukacji, doradztwem, badaniami, itd. Rolę taką pełni dla przykładu Instytut Usług Finansowych (Institut für Finanzdienstleistungen) w Niemczech⁴³, czy też Szwajcarski Instytut Finansów i Bankowości (Swiss Design Institute for Finance and Banking)⁴⁴.

Krzewieniem edukacji finansowej w ramach UE zajmuje się wiele programów, wśród nich wyróżnia się wdrożony w 2003 roku program DOLCETA (Development of On-Line Consumer Education Tools for Adults), którego intencją jest kształcenie ustawiczne, rozbudzanie świadomości i odpowiedzialności konsumenciej. Projekt ten zarządzany jest przez Europejską Sieć Uniwersytetów Kształcenia Ustawicznego (EUCEN), zrzeszającą prawie 700 uniwersytetów. Jest on realizowany we wszystkich krajach członkowskich UE, na zlecenie Dyrekcji Generalnej ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów (DG SANCO) przy wsparciu finansowym

⁴⁰ Flejterski S., *Świadomość i kultura ekonomiczna gospodarstw domowych w ujęciu teoretycznym*, [w:] B. Świecka, *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywy ekonomiczna i społeczna*. Difin, Warszawa 2008, s. 100.

⁴¹ *Financial Education and better access to adequate financial services. Report*, EU Project FES, Vienna 2007, s. 3.

⁴² *Polacy mają kłopot...*, op. cit.

⁴³ www.iff-hamburg.de/1/profil_en.html, dostęp: 21.10.2014.

⁴⁴ www.sdfb.ch, dostęp: 11.11.2014.

Komisji Europejskiej. Nad poprawnością metodologiczną projektu czuwa European Association for the Education of Adults (EAEA), zrzeszająca 130 organizacji kształcących dorosłych w 41 krajach.

Spośród ośmiu modułów opracowanych w ramach tego programu trzy z nich dotyczą edukacji finansowej. Moduł 2: Usługi finansowe obejmuje takie sekcje, jak: Budżet domowy; Kredyt konsumencki; Kredyt hipoteczny; Rachunek bieżący; Płatności gotówkowe; Inwestycje. Ponadto Moduł 4: Sekcja dla nauczycieli – obejmuje zagadnienia dotyczące zarządzania finansami, a Moduł 7: Edukacja finansowa dostarcza narzędzi dla nauczycieli kształcących w tym zakresie⁴⁵.

W Polsce edukacją finansową zajmuje się wiele instytucji (np. ZBP, NBP, KNF) oraz niektóre banki komercyjne. Dostrzegając obopólne korzyści lepszej edukacji finansowej swoich klientów, banki angażują się często w proces ich edukacji. Jest to jednakże edukacja fragmentaryczna skierowana do nielicznej grupy klientów, mogąca jedynie wspierać świadomość płytką klientów usług finansowych. Ogólna ocena działań w tym zakresie wymienionych instytucji nie jest zbyt pochlebna, co wynika m.in. z faktu, iż edukacja ta w niewielkim stopniu dotyczy najbardziej potrzebujących (konsumentów mniej wykształconych i o niskich dochodach), najczęściej prowadzona jest on-line, co dodatkowo eliminuje niektóre grupy konsumentów, nie ma charakteru edukacji ustawicznej i nie prowadzi koordynacji działań edukacyjnych różnych instytucji⁴⁶. Niemniej na uwagę zasługują takie inicjatywy edukacyjne, jak Akademia „Dostępne Finanse” (NBP), „Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży, BAKCYL” oraz program „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem” (ZBP).

Celem inicjatywy Akademia „Dostępne Finanse” (zaplanowanej na lata 2012–2016) NBP, jest zwiększenie świadomości Polaków na temat korzyści i możliwości płynących z posiadania rachunku bankowego oraz aktywnego korzystania z nowoczesnych instrumentów płatniczych, takich jak karty płatnicze i bankowość elektroniczna⁴⁷.

Nieco szersze znaczenie ma projekt „Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży, BAKCYL”, który został uruchomiony pod koniec 2012 roku. W roku 2013 w 11 szkołach zostały opracowane i przetestowane cztery programy lekcji dla gimnazjalistów: „Twoje pieniądze”, „Pożyczaj z głową”, „Mądre inwestowanie”, „Finanse na całe życie”. Zajęcia prowadzą pracownicy banków w roli trenerów wolontariuszy.

⁴⁵ DOLCETA, http://ibrkk.pl/id/108/Portal_Edukacyjny_DOLCETA, dostęp: 27.11.2014. Polskim koordynatorem i partnerem projektu jest SGH, a współpracownikami specjaliści ze Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, Ośrodka Rozwoju Edukacji, SGGW i Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

⁴⁶ Iwanicz-Drozdowska M., *Edukacja i świadomość...*, op. cit., s. 257–267.

⁴⁷ Edukacja. Akademia „Dostępne Finanse”, <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/adf/adf.html>.

Program „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem” obejmuje współpracę Centrum Prawa Bankowego i Informacji z uniwersytetami i szkołami wyższymi na rzecz poszerzania praktycznej wiedzy i umiejętności studentów – przyszłych i aktualnych przedsiębiorców. Współpraca ma przyczynić się do unowocześnienia zarządzania przedsiębiorstwami, pogłębienia ogólnej wiedzy ekonomicznej oraz zwiększenia przepływu informacji między nauką a praktyką gospodarczą. W ramach programu studenci i pracownicy uczelni wyższych otrzymują również bezpłatny dostęp on-line (aleBank.pl) do wydawnictw ZBP.

W edukację finansową szeroko zaangażowana jest Fundacja Kronenberga przy Banku Handlowym. Od 2005 roku w ścisłej współpracy z NBP i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości realizuje program edukacji finansowej dla młodzieży „Moje Finanse”, którego celem jest przygotowanie młodych ludzi, do podejmowania racjonalnych i korzystnych dla siebie decyzji finansowych, opartych o stale aktualizowaną wiedzę.

„Tydzień dla Oszczędzania” – jest to edukacyjna akcja medialna, prowadzona wspólnie z Fundacją THINK!, związana z obchodami Światowego Dnia Oszczędzania (31 października). Jej celem jest promowanie wśród Polaków nawyku oszczędzania oraz umiejętności racjonalnego gospodarowania swoimi zasobami finansowymi.

Wiedza na temat finansów i ekonomii pozwala gospodarstwom domowym na podejmowanie racjonalnych i spójnych decyzji oraz zapobiega popełnianiu błędów, które mogą mieć długotrwałe i przykre konsekwencje, jak nadmierne czy zbyt drogie zadłużanie się.